

О ВЫБОРЕ ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКОВ СБЫТА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОСОБИЯХ ДЛЯ ЭКСПОРТЕРОВ

В.С. Вавилонская

Полоцкий государственный университет, v.vavilonskaya@gmail.com

В условиях всенарастающей глобализации не осталось предприятий, руководство которых не ставило бы перед собой вопросов о необходимости реализации своих товаров не только на отечественных рынках, но и на рынках других стран. В момент, когда руководитель предприятия начинает думать о необходимости экспорта своего товара, перед ним встает первый, определенно важный вопрос: «Куда?». Для предприятия, которое ранее действовало только на внутреннем рынке и не имело постоянных внешнеторговых связей, ответить на этот вопрос будет не просто, т.к. на этом этапе необходим учет многих факторов.

В целях обеспечения поддержки внешнеэкономической деятельности предприятий, министерствами и аналитическими центрами различных стран создаются пособия для начинающих экспортеров. Обратимся к некоторым из таких пособий с целью анализа методик по выбору экспортного рынка сбыта, предлагаемых потенциальным экспортерам как руководство для действий. При анализе будем учитывать полноту предлагаемых рекомендаций и их методическую самостоятельность.

Региональный интегрированный центр «РИЦ–Липецкая область» в своем методическом пособии «Основы организации экспортной деятельности в малых и средних предприятиях» относительно выбора рынка сбыта предлагает к рассмотрению пункт «Анализ привлекательности зарубежных рынков» [1]. Проанализировав данный пункт можно говорить, о недостаточной методической базе для потенциальных экспортеров относительно выбора оптимального рынка для экспорта, рекомендации представлены в самом общем виде и не могут представлять собой самостоятельного плана действий относительно выбора зарубежного рынка сбыта.

Министерство экономического развития Российской Федерации предлагает пособие «Как экспортировать. Пособие для начинающего экспортера» [2]. Пособие предлагает потенциальным экспортерам самостоятельно искать страну экспорта в сети Интернет. Приведены способы поиска требуемой информации, ссылки на международные статистические порталы. Рассмотренное пособие затрагивает важные аспекты выбора экспортного рынка сбыта, в частности анализ отраслевых рынков стран.

Центр координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства при Министерстве экономики Удмурдской Республики в своем информационном пособии «Экспорт – шаг за шагом. Ответы на 12 вопросов начинающего экспортера» освещает вопрос о самостоятельном анализе зарубежного рынка [3]. Приводятся основные вопросы, по которым экспортеру необходимо собрать информацию и методы сбора первичной и вторичной информации преимущественно с помощью сети Интернет. Однако данное пособие так же не затрагивает вопросов выбора страны для экспорта или субрынков в рамках какой-либо из стран.

Комитет торговли Министерства промышленности и торговли Республики Казахстан разработал информационную брошюру «В помощь экспортеру: Как выйти на внешний рынок?» [4]. В брошюре кратко затрагивается вопрос о выборе страны для экспорта. Так, на первом этапе рекомендуется определить два-три наиболее «подходящих» зарубежных рынка, которые обладают потенциалом для экспортного развития. Среди данных рынков выбирается один с наиболее низкой степенью риска и сравнительно облегченным доступом. Данная информационная брошюра в некоторой степени затрагивает интересующий нас вопрос о страновом выборе для экспорта.

Российский экспортный центр предлагает «Учебное пособие для начинающих экспортеров» [5]. Данное пособие предлагает при первичном выборе страны для экспорта первоочередно рассматривать географический фактор. Изучение страновых рынков пособие рекомендует проводить по следующим направлениям: емкость рынка, исследование конкурентов, цены товара, языковых, культурных и религиозных различий. В пособии приведен список критериев для определения страны наиболее благоприятной для экспорта предприятия. В пособии приводятся рекомендации по поиску иностранного покупателя и определению его типа.

В Республике Беларусь «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» через портал Export.by – комплексную виртуальную выставку белорусских субъектов хозяйствования, осуществляет комплексную информационно-маркетинговую поддержку внешнеэкономической деятельности белорусских предприятий и организаций. На вышеуказанном портале представлена «Памятка белорусскому экспортеру» [6]. Памятка содержит раздел «Выбор экспортного рынка». Для выбора страны экспорта экспортеру рекомендуется провести маркетинговое исследование в следующей последовательности: межстрановой анализ, страновое исследование (анализ рисков и факторов, влияющих на возможность реализации продукции на рынке: политические, экономические, культурные и пр.), отраслевой анализ. Стоит отметить, что в «Памятке белорусскому экспортеру» не нашел своего отражения ряд важных моментов, так, рекомендуется формировать базу данных на основе отраслевых ресурсов, однако какие именно это должны быть данные, в памятке экспортеру – не указано, но перечень международных статистических и информационных ресурсов приведен, хоть и не такой обширный и структурированный как, например, в «Учебном пособии для начинающих экспортеров» Российского экспортного центра. Так же памятка предлагает потенциальному экспортеру провести анализ конкурентной среды выбранных рынков, однако ключевые критерии анализа не указаны. В целом вопрос выбора экспортного рынка в «Памятке белорусскому экспортеру» отражен недостаточно широко, информация плохо структурирована, несмотря на то, что данный документ позиционируется как «расширенный алгоритм действий компаний, содержащий информацию об особенностях организации экспортной деятельности и о подготовке к выходу на внешние рынки» [6, с.1].

В рамках проведенного нами исследования пособий для экспортеров, можно сказать, что «Учебное пособие для начинающих экспортеров» Российского экспортного центра наиболее полно из представленных, отражает важные аспекты, относительно структурировано и позволяет ориентироваться в большом потоке информации по такой важной теме как выбор экспортного рынка и покупателя на нем. Последний фактор несомненно является важным, т.к. в случае, когда экспортную деятельность начинает малое или среднее предприятие, руководство не всегда может потратить значительную сумму на оплату услуг сторонней организацией по проведению маркетинговых исследований, и стремится провести их самостоятельно. Именно поэтому важно говорить о практической применимости рекомендаций, приведенных в такого рода пособиях и об удобстве их использования.

Белорусским экспортерам необходимо предложить актуальную методику, которая многоаспектно отражает вопрос выбора экспортного рынка и дает руководителю предприятия и специалистам в сфере маркетинга практические инструменты для проведения анализа возможных страновых альтернатив и отраслевых рынков внутри стран.

Список использованных источников:

1. Основы организации экспортной деятельности в малых и средних предприятиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://t.mbmreg.ru/site/down/files/6Posobie-Lepetck-EEN-2015.pdf>. – Дата доступа: 15.03.2017.
2. Как экспортировать. Пособие для начинающих экспортеров. Часть 1 – Подготовка к экспорту: первые шаги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/br/export/mp_p1_r.pdf. – Дата доступа: 15.03.2017.
3. Экспорт – шаг за шагом. Ответы на 12 вопросов начинающего экспортера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.udmexport.ru/sites/default/files/Экспорт – шаг за шагом. Ответы на 12 вопросов начинающего экспортера.pdf> – Дата доступа: 15.03.2017.
4. В помощь экспортеру: как выйти на внешние рынки? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kaznexinvest.kz/kz/about/about_us/Kak_vyiti_na_vneshnie_rynki_ru.pdf? – Дата доступа: 15.03.2017.
5. Учебное пособие для начинающих экспортеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://api.exportedu.ru/api/documents/29/download> – Дата доступа: 15.03.2017.
6. Памятка белорусскому экспортеру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://export.by/filemanager/userfiles/pamyatka/pamyatka_exporteru.pdf – Дата доступа: 15.03.2017.